

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: 25220131151780

UDC_____

厦门大学

硕 士 学 位 论 文

台湾诚品书店经营模式的空间呈现
——厦门大学访客中心诚品书店设计研究

Research on the Appearance in Space of the Business Model
of the Eslite Bookstores in Taiwan —— the Design of the
Eslite Bookstore in the Visitor Center of Xiamen University

杨涛

指导教师姓名: 罗 林 教授

专 业 名 称: 建筑设计及其理论

论文提交日期: 2016 年 04 月

论文答辩时间: 2016 年 05 月

学位授予日期: 2016 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2016 年 05 月

台湾诚品书店经营模式的 空间呈现

——厦门大学访客中心诚品书店设计研究



厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ）1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ）2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

本文首先以台湾诚品书店为主要研究对象，在实地调研的基础上对台湾诚品书店的经营模式及其在空间形态上的表现进行了研究分析。然后在借鉴台湾诚品书店的布局手法和空间特征的同时，结合厦门大学特定的自然、经济和文化条件，提出了厦门大学访客中心诚品书店的设计方案。

论文大致分为三个部分：

第一部分为第一章和第二章，阐述了论文的研究背景、课题来源与研究意义，梳理了相关的理论和研究现状，提出了研究方法与研究框架，并对实体书店的发展现状及相关案例进行了研究分析。

第二部分为第三章，前半部分将台湾诚品书店经营模式的特点总结为复合式经营、经营顾客、连锁而不复制以及贩卖文化，后半部分在实地调研的基础上分别对台湾诚品书店经营模式的空间呈现进行了分析与总结，分别从整体布局、空间营造、在地性的表达和文化建构四个方面进行论述。

第三部分为第四章，在简单介绍项目背景后，对本案店址选择及周边条件进行了分析。然后结合厦门大学特殊的文化条件，将一些台湾诚品书店在整体布局和空间营造方面的经验运用到厦门大学访客中心诚品书店的设计中，并在文化建构方面进行了全新的诠释与表达。

关键词：诚品书店 经营模式空间呈现 厦门大学访客中心

Abstract

The dissertation research on the eslite book stores in Taiwan, analyze and summarize the features of their business model. And then, the author analyze the appearance in the space of the business model of the eslite bookstores in Taiwan. Secondly, in combination with the specific natural, economic and cultural conditions of Xiamen University, and reference of the features of the space of the eslite bookstores in Taiwan, the author propose a design project of the eslite bookstore in the visitor center of Xiamen University.

The dissertation is roughly consisted of three parts:

The first part is the chapter 1 and chapter 2 which introduce the background, the subject source and the meaning of the research. Then they introduces the correlative basic concepts and the current study situation and put forward the study method and framework.

The second part is the chapter 3 that summarize the features of business model of the eslite bookstores in Taiwan as complex business, the customers management, selling culture and linkage but not duplication at first ,and analyze their space form from the aspects of layout, space creation, culture construction and the express of the regionalism.

The last part is the chapter 4 and 5. After the simple introduction project background, the author analyze the location and environment of the project. And then, the author use the experience of the layout and space creation of the eslite bookstores in Taiwan into the design of the eslite bookstore in the visitor center of Xiamen University, and reinterpreted the culture construction and the express of the regionalism in the combination with the special cultural conditions of Xiamen University.

Keywords: the eslite bookstores; appearance in space of the business model; the visitor center of Xiamen University.

目录

第一章 绪论	1
1.1 研究背景及课题来源	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 课题来源	1
1.2 研究意义	2
1.3 文献综述	2
1.3.1 关于实体书店的文献综述	2
1.3.2 关于诚品书店的文献综述	4
1.3.3 本文创新点	5
1.4 理论梳理	5
1.4.1 关于文化与消费的理论	5
1.4.2 关于商业模式与空间的理论	6
1.4.3 关于建筑在地性的理论	8
1.5 研究方法与框架	9
1.5.1 研究方法	9
1.5.2 研究框架	10
第二章 实体书店的发展现状及相关案例研究	11
2.1 实体书店的发展历史	11
2.2 近年实体书店面临的困境	12
2.3 实体书店的相关案例	13
2.3.1 内地的实体书店	13
2.3.2 台湾的实体书店	17
2.3.3 国外的实体书店	19
2.4 不同类型实体书店的特点	20
2.5 小结	21
第三章 台湾诚品书店的经营模式及其空间呈现	22
3.1 台湾诚品书店的经营模式	22
3.1.1 复合式经营	22
3.1.2 经营顾客	23

3.1.3 连锁而不复制	25
3.1.4 贩卖文化	26
3.2 台湾诚品书店经营模式的空间呈现	26
3.2.1 复合式经营模式下的整体布局	27
3.2.2 基于顾客认知与行为的空间营造	36
3.2.3 在地性的表达	49
3.2.4 文化的建构	51
3.4 小结	56
第四章 厦门大学访客中心诚品书店设计研究	57
4.1 项目背景	57
4.1.1 厦门大学访客中心及演武运动场改造设计	57
4.1.2 厦门大学访客中心内诚品书店的引入	58
4.1.3 本案店址研究	59
4.2 整体布局	60
4.2.1 业态的选择与配比	60
4.2.2 业种的选择与布局	62
4.3 基于顾客认知与行为的空间营造	67
4.3.1 基于顾客认知的空间营造	67
4.3.2 基于顾客行为的空间营造	72
4.4 “在地性”的表达	76
4.4.1 “在厦门”	77
4.4.2 “在厦门大学”	78
4.4.3 “在厦门大学访客中心”	79
4.5 文化的建构	81
4.5.1 本案对古典建筑空间原型的选择	82
4.5.2 本案书店区域对传统书院的空间再现	82
4.6 小结	87
第五章 结语	88
参考文献	89
致谢	93

Contents

Chapter 1. Introduction.....	1
1.1 Research Background and Subject Resource.....	1
1.1.1 Research Background	1
1.1.2 Subject Resource.....	1
1.2 The Significance of the Research.....	2
1.3 Existing Research.....	2
1.3.1 Existing Research of Entity Bookstore	2
1.3.2 Existing Research of the Eslite Bookstore.....	4
1.3.3 Innovation Points	5
1.4 Correlational Theories.....	5
1.4.1 Theories about Culture and Consumption	5
1.4.2 Theories about Bussiness Model and Space	6
1.4.3 Theories about Regionalism	8
1.5 Research Method and Thesis Frame.....	8
1.5.1 Research Method	8
1.5.2 Thesis Frame	10
Chapter 2. The Development of theEntity Bookstores and Researches	
on Correlative Cases.....	11
2.1 The Development History of Entity Bookstores.....	11
2.2 the Plight of the entity Bookstores in Recent Years	13
2.3 Correlational Cases about Entity Bookstores	13
2.3.1 Entity Bookstores in China mainland	14
2.3.2 Entity Bookstores in Overseas	17
2.3.3 Entity Bookstores in Taiwan	18
2.4 the Characteristics of DifferentBookstores.....	20
2.5 Summary.....	22

Chapter 3. the Appearance in Space of the Business Model of the Eslite Bookstores in Taiwan	23
3.1 the Bussiness Model of the Eslite Bookstores in Taiwan	23
3.1.1 Complex Business.....	23
3.1.2 the Customers Management.....	24
3.1.3 Selling Culture	26
3.1.4 Linkage but not Duplication	26
3.2 the Appearance in Space of the Business Model of the Eslite Bookstores in Taiwan.....	27
3.2.1.the Layout	27
3.2.2 Space Creation	36
3.2.3 the Express of the Regionalism.....	49
3.2.4 Culture Construction.....	52
3.3 Summary.....	56
Chapter 4. the Design of the Eslite Bookstore in the Visitor Center of Xiamen University	57
4.1 Project Background	57
4.1.1 the Reformation Design of the Yanwu Playground and Vistor Center of Xiamen University.....	57
4.1.2 Research on the Location.....	58
4.1.3 Analysis of the Environment.....	59
4.2 the Layout	60
4.2.1 the Ratio of Formats and the Selection of megabite	60
4.2.2 the Layout Design	62
4.3 Space Creation	65
4.3.1 Space Creation Based on the Cognition of Customers	65
4.3.2 Space Creation Based on the Behavior of Customers	70
4.4 the Express of the Regionalism	74

4.4.1 In Xiamen.....	75
4.4.3 In Xiamen University.....	76
4.4.4 In the Visitor Center of Xiamen University	77
4.5 Culture Construction.....	79
4.5.1 the Selection of Prototype for Bookstore District in This Case.....	80
4.5.2 Chinese Traditional School Space in This Case	80
4.6 Summary.....	87
Chapter 5. Conclusion	88
References	89

第一章 绪论

1.1 研究背景及课题来源

1.1.1 研究背景

书店是文化传播的传统载体，是城市文化展示的窗口。它不仅仅需要满足作为书籍售卖场所的基本功能空间要求，同时还承担着文化传承的责任。书店所提供的不仅是实体阅读空间，还包括人们在这个空间内进行文化想象和公众互动交流的需求。

当今数字化和网络化的时代，由于人们阅读方式和购买方式的转变，使得传统实体书店受到了强烈冲击，我们不得不问：实体书店是否没有了存在的必要？实体书店能够做到的一切，网络书店似乎都能做到，而阅读方式的改变甚至使连阅读本身都已经被颠覆。但“实体书店能够带给的一种真实存在的书的质感、真实存在的空间以及无形的精神文化空间，能够予人产生强烈的情感连接”^①，而这些都是网络书店和电子阅读无法做到的。

关于传统实体书店经营不善而倒闭的新闻也屡见不鲜。发生在我们身边的如北京第三极书局黯然收场、上海“思考乐”书局和厦门“光合作用”遭遇的困境等。然而也有很多实体书店顺利度过了这些危机，继续作为文化桥梁屹立在城市与市民之间。

1.1.2 课题来源

笔者在读研期间跟随导师参与厦门大学访客中心及演武运动场改造项目的设计研究，内容主要包括 2000 车位停车库和商业配套两个部分。商业配套是访客中心的一个重要组成部分，如何在既不破坏厦门大学浓郁文化氛围的前提下又能聚集人气、营造良好商业氛围，成为了设计的一个重点。

厦门作为一个旅游城市，每日访客络绎不绝。而厦门大学作为“全国最美大

^① 杨华 著.在书店[M].济南：山东美术出版社，2011

“学校园”之一，也是访客必到之地。厦门是一个有着鲜明地域文化的城市，厦门大学是一个文化底蕴深厚的著名高等学府，它们需要一个将自己与市民、访客以及文化连接在一起的纽带。虽然厦门已有琥珀书店、不在书店等较为知名的独立书店，但由于其定位和规模等原因，始终处在小众的层面。

由于书店的文化气息与厦大校园的学术氛围相契合，且能承担传播文化的作用，厦门大学建筑与规划研究所希望在访客中心中引入一个书店作为商业空间的主体。目前依然活跃的书店品牌为数不少，如西西弗书店、Page one 书店等，但从规模、知名度以及经营理念等方面来说，台湾的诚品书店是本案中的最佳选择。笔者在导师的指导下，在深入研究台湾诚品书店的经营模式及其空间呈现后，对厦门大学访客中心诚品书店进行了设计研究。

1.2 研究意义

实体书店作为城市重要的文化空间，是城市文化建设的重要组成部分。而现在大部分实体书店却走到了举步维艰的地步，因此研究书店成功案例的空间形态及其经营模式与文化内涵的呈现，对于实体书店的发展、城市文化品质的提升，具有重要的社会文化意义。

厦门大学访客中心诚品书店作为访客中心商业部分最重要的组成部分，对整个访客中心的商业氛围、文化气息起着至关重要的作用。在不破坏甚至是提升厦门大学的文化氛围的前提下，如何为厦门大学访客中心诚品书店营造出良好商业氛围，聚集人气，带动访客中心其他商业的发展，同时能够表达厦门大学的文化特色，同样具有非常重要的现实意义。

1.3 文献综述

1.3.1 关于实体书店的文献综述

书店已有较长的历史，介绍全球以及国内的特色书店的书籍不在少数。比如台湾著名出版人钟芳玲曾撰写《书店风景》^①、《书天堂》^②以及《书店传奇》^③三

^① 钟芳玲 著.书店风景[M].北京：中央编译出版社，2012

^② 钟芳玲 著.书天堂[M].桂林：广西师范大学出版社，2005

^③ 钟芳玲 著.书店传奇[M].北京：中央编译出版社，2012

本书介绍了大量西方知名书店的历史与特色,并以作家的方式描述了自己在这类书店漫步时的感受。杨华在《在书店》^①一书中系统梳理了书籍以及书店的发展历程后,选取了二十余家欧洲的特色书店对它们进行介绍,探讨了实体书店的发展趋势这一问题。

书店作为一个书籍零售的场所,它的经营同时具有商业和文化事业的双重属性。目前国内也有一些关于书店经营方面的著述,比如徐冲作为一个书店从业者在《做书店——转型期中国书业的终端记录》^②一书中讲述了作者在浙江图书大厦从筹建到运作的过程,讲述了作者对图书卖场的设计与管理、书店员工队伍建设、书店连锁经营等问题的心得体会。作者同时站在零售书店的角度上,对国内书业各方面环境提出了独到见解。杨璐在《中国实体书店业态转型研究》^③一文中梳理了我国图书发行业 and 实体书店的发展历程,从社会文化、经济、法律等方面对实体书店发展的所处的外部环境变化进行了一系列分析。然后,作者从消费者阅读方式和购买方式的改变对实体书店的冲击和实体书店的不同业态类型两方面分析了我国目前实体书店的发展现状,并重点研究分析了实体书店在经营模式、功能定位等方面明显存在的一些问题。作者认为数字化和网络化时代下的实体书店改变了仅仅为书籍售卖场所的市场定位,而是越来越重视读者的主体性地位,正在向专业化或者多元化的目标转变。目前,我国实体书店或转型为重视阅读体验和文化交流的书店,或成为细分读者的专业书店。

书店并不是一种建筑类型,大多数书店都不是以独栋建筑的形式存在,因此从建筑学的角度研究书店的著述并不多见。陈师在《实体书店建筑空间形态及发展模式探讨》^④中通过梳理实体书店的发展历程和调研分析其空间形态,指出各个书店空间形态的合理与否,并提出了实体书店空间形态未来的几种发展模式。作者提出了实体书店空间形态的社会性价值,并将它们归纳为三点:文化空间、消费空间和交往空间;随后作者研究了它们的空间形态表现,指出其不足之处,并提出合理化的建议;最后提出了几种未来实体书店空间的几种发展模式。

从目前对实体书店的研究现状来看,研究主要从传播学角度或管理学、经济学角度,围绕实体书店的经营策略展开讨论的,各自侧重点不同。尤其是在近年

^①杨华 著.在书店[M].济南:山东美术出版社,2011

^②徐冲 著.做书店——转型期中国书业的终端记录[M].桂林:广西师范大学出版社,2007

^③杨璐.中国实体书店业态转型研究.山东大学硕士学位论文[D].2012

^④陈师.实体书店建筑空间形态及发展模式探讨[D].合肥工业大学硕士学位论文,2013.

实体书店遭受巨大困境的情况下,很多研究者针对实体书店应该如何应对消费者购买方式和阅读方式的改变带来的冲击这一议题进行了研究。关于实体书店的设计研究,大多是从室内设计的角度,将侧重点放在书店的家具布置、材质色彩等角度,很少有针对书店空间的设计研究。

1.3.2 关于诚品书店的文献综述

目前中国大陆对诚品书店的研究并不多见,大多数也是围绕着对大陆实体书店与台湾诚品书店经营模式进行对比以得出大陆实体书店无法抵抗近年的巨大冲击的原因以及提出解决的对策这类话题。

王晶在《新华书店生存困境与转型路径研究——基于台湾诚品书店的成功模式》^①一文中在研究了数字化和信息化时代下新华书店的存在价值的同时,分析了新华书店作为国营书店和全国最大连锁书店所遭遇的困境并与台湾诚品书店的成功案例相比较,总结了台湾诚品书店独到的经营模式,希望可以在其中找出可供新华书店借鉴之处,以作为新华书店未来发展方向的参考。张超在《数字时代的实体书店创意行销研究——以诚品书店为例》^②一文中通过对台湾诚品书店在品牌行销、网络行销、体验行销中创意行销的研究,分析了台湾诚品书店在创意行销上的创造性表现,并从创意行销的角度分析了台湾诚品书店获得成功的关键性因素,从而为内地实体书店的未来发展提供一些参考思路。

除此之外,内地研究台湾诚品书店的硕士论文还有李芳芳的《文化创意产业的人文美学——诚品书店个案研究》^③、胡蝶的《城市文化地标认知、认同的两岸差异研究——以台湾诚品书店和上海季风书园为例》^④,均是从文化角度去对台湾诚品书店进行的研究分析。

由于诚品书店在台湾的影响力较大,所以台湾地区对诚品书店研究较多。但从建筑学角度对诚品书店进行分析的文章要么是针对诚品书店的使用评价,要么是将侧重点放在室内设计方面,也有侧重分析诚品书店的文化意义的,但没有对诚品书店的空间特质进行整合分析。

^① 王晶.新华书店生存困境与转型路径研究——基于台湾诚品书店的成功模式[D].山西大学硕士学位论文.2015

^② 张超.数字时代的实体书店创意行销研究——以诚品书店为例[D].福建师范大学硕士论文.2014

^③ 李芳芳.文化创意产业的人文美学——诚品书店个案研究[D].苏州大学硕士学位论文.2013

^④ 胡蝶.城市文化地标认知、认同的两岸差异研究——以台湾诚品书店和上海季风书园为例[D].上海交通大学硕士学位论文.2011

欧俊宏在《诚品书店的空间形式与形成因素分析研究》^①一文中以诚品书店为对象,采取了倾向社会层面的形成因素分析,探究诚品书店空间形式背后所诉求的象征价值,并说明诚品书店空间形成因素与社会背景及市场需求的关系。其目的在于探讨处于“符号消费”的潮流中,空间也不再单纯只考虑到经营效率,它被种种符号包装后也产生了类似商品的象征价值。谢坤学在《复合式连锁书店的空间规划研究——以诚品书店和金石堂书店为例》^②一文中,通过实地访谈和调查问卷的方式,针对复合式连锁书店的发展现状与未来的发展趋势作了资料搜集与整理,并总结出了一些复合式连锁书店的经营理念以及书店空间形成的影响因素。

1.3.3 本文创新点

综合前文所述,目前内地和台湾地区对诚品书店的研究主要集中在:一,从传播学和营销学角度分析并总结台湾诚品书店经营模式的独到之处,以对其他处于困境之中的实体书店的发展前景提供参考;二,从文化与消费的角度分析台湾诚品书店在文化传播与文化消费中所扮演的角色;三,从设计艺术学的角度分析台湾诚品书店室内环境的特色;四,从建筑空间的角度研究台湾诚品书店的使用评价。

本文与对台湾诚品书店已有研究的不同之处在于:一、在系统地总结前人对台湾诚品书店经营模式的基础上,通过实地调研、现场测绘以及对比分析,将诚品书店的经营模式与空间形态联系到一起,总结出台湾诚品书店经营模式在空间上的表达;二、结合厦门大学访客中心的人文、经济以及自然条件,同时联系前文得出的结论,将其落实到厦门大学访客中心诚品书店的设计当中。

1.4 理论梳理

1.4.1 关于文化与消费的理论

台湾诚品书店作为一个书店,它的第一属性自然是一个文化消费的场所。而

^① 欧俊宏.诚品书店空间的形成因素与形式分析之研究[D].中国文化大学硕士学位论文.1999

^② 谢坤学.复合式连锁书店之空间规划研究.中原大学硕士学位论文[D].2000

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.